

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu Negara yang kaya dengan berbagai macam budaya dan memiliki banyak destinasi wisata yang terkenal di dunia. Pariwisata adalah salah satu sektor yang sangat diandalkan oleh pemerintah untuk mendapatkan devisa. Pembangunan pariwisata juga memiliki dampak terhadap bidang yang lain. Diantaranya menciptakan lapangan pekerjaan, memperluas lapangan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar lingkungan wisata dan pemerintah, menumbuhkan dorongan untuk melakukan pelestarian lingkungan hidup.

Indonesia juga menjadi salah satu pilihan dari banyak Negara di dunia untuk menjadi destinasi wisatawan internasional karena memiliki daya tarik tersendiri mulai dari kondisi iklim, destinasi wisata yang cukup banyak dan beragam serta kekayaan budaya yang memiliki keunikan khas dari berbagai daerah di Indonesia. Hal ini menjadi kesempatan bagi pemerintah untuk mendapatkan devisa Negara lebih besar dari sektor pariwisata dengan memanfaatkan daerah destinasi wisata yang cukup banyak di Indonesia dan juga memperkenalkan berbagai macam budaya yang memiliki daya tarik terhadap kunjungan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Indonesia juga menempati 10 besar dalam *The World Travel & Tourism Council (WTTC)* pada tahun 2018 Indonesia berada di peringkat ke-

9 mengungguli Negara asia tenggara lainnya, yaitu Thailand di peringkat ke-12, Malaysia dan filipina di peringkat ke-13 dan Vietnam di peringkat ke-22, *World Travel & Tourism Council (WTTC)* adalah forum untuk industri perjalanan dan pariwisata, Ini terdiri dari anggota dari komunitas bisnis global dan bekerja dengan pemerintah untuk meningkatkan kesadaran tentang industri perjalanan dan pariwisata. Ia dikenal sebagai satu-satunya forum untuk mewakili sektor swasta di semua bagian industri di seluruh dunia. Kegiatannya meliputi penelitian tentang dampak ekonomi dan sosial dari industri dan organisasi KTT global dan regionalnya yang berfokus pada masalah dan perkembangan yang relevan dengan industri. ini membuat Indonesia menjadi salah satu destinasi wisata terbaik di asia. Hal ini menunjukkan bahwa potensi perkembangan wisata di Indonesia sangat besar dan dapat berkontribusi dalam pengembangan sumber daya di Indonesia.

Pengembangan industri pariwisata di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, kemajuan teknologi dan sarana transportasi pada masa ini mempermudah manusia untuk mendatangi dan menemukan destinasi wisata baru yang ada di berbagai daerah di Indonesia, banyak daerah-daerah wisata yang dulu belum banyak diketahui oleh banyak orang menjadi daerah wisata yang sangat terkenal karena perkembangan kemajuan teknologi melalui berbagai sosial media dan berita di televisi. Banyak juga para *travel Vlogger* dan *Blogger* yang mengunggah hasil penjelajahannya di suatu daerah yang memamerkan keindahan wisata baru yang belum banyak diketahui orang.

Pembangunan sektor pariwisata ini juga berdampak positif bagi daerah destinasi wisata dan dapat menarik banyak investor untuk berinvestasi di daerah tersebut untuk membangun sarana dan prasarana, rumah makan dan tempat penginapan bagi para wisatawan, hal ini juga dapat menyerap tenaga kerja dari penduduk sekitar daerah wisata karena penduduk sekitar dapat dijadikan pegawai dari setiap fasilitas yang dibangun oleh investor, penduduk juga dapat menjadi wirausaha untuk menjual makanan dan minuman di sekitar tempat wisata juga dapat memperkenalkan makanan khas dari daerah tersebut.

Untuk daerah yang mempunyai potensi wisata yang besarpun sekarang mulai berbenah untuk meningkatkan fasilitas pembangunan dan peningkatan pembangunan sektor pariwisata yang dapat menumbuhkan perekonomian bagi masyarakat dan menjadi salah satu sumber pemasukan daerah melalui obyek wisata dan dapat mendorong pembangunan daerah. Hal ini juga dapat membangun kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan, menjaga kelestarian lingkungan agar wisatawan merasa nyaman dan tetap melestarikan budaya dan adat daerah agar dapat menjadi daya tarik wisata untuk datang, masyarakat juga akan merasakan memperoleh nilai tambah dari pemanfaatan dari lingkungan yang ada.

Pihak pengelola dapat meningkatkan keputusan berkunjung dari wisatawan, keputusan berkunjung adalah merupakan sebuah aktifitas pembelian atas produk wisata berupa destinasi desa wisata maka teori yang digunakan adalah teori-teori yang terkait dengan keputusan pembelian oleh

konsumen (wisatawan) dan perilakunya. Menurut Setiadi (2003) peningkatan kunjungan wisatawan dapat tumbuh dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar obyek wisata.

Kepuasan wisatawan dapat diartikan juga kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya. Menurut Sunarto (2003) hal ini merupakan tolak ukur keberhasilan pengembangan suatu obyek wisata yang cukup penting bagi industri wisata, ketika tingkat kepuasan wisatawan naik akan berdampak baik bagi destinasi wisata tersebut sehingga bias berkembang lebih baik dan meningkatkan potensi wisata yang ada agar lebih banyak kunjungan oleh wisatawan.

Pada masa sekarang citra destinasi (*destination image*) juga menjadi pertimbangan wisatawan dalam mengunjungi suatu tempat, citra sendiri didefinisikan sebagai himpunan keyakinan , pemikiran dan kesan yang dimiliki seseorang tentang suatu obyek, sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obyek sangat dikondisikan oleh gambaran dari obyek tersebut (Kotler, 2000). Tidak jauh berbeda Dichter (1985) juga menyatakan citra merupakan gambaran kesan menyeluruh yang dibuat dalam pikiran wisatawan dalam Leblanch & Nguyen (1996) hal ini menjadi sesuatu yang cukup penting karena setiap wisatawan juga punya pemikiran sendiri tentang suatu tempat wisata yang telah ia kunjungi sehingga pihak pengelola juga

harus menyajikan tempat wisata yang dapat menarik keinginan wisatawan untuk kembali kesana.

Word of mouth merupakan pujian, reaksi, dan komentar pelanggan seputar pengalaman mereka atas layanan jasa dan produk yang betul – betul mempengaruhi keputusan pelanggan atau perilaku pembelian mereka (Hasan, 2010) adalah salah satu media yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang ke suatu tempat wisata karena dari hal tersebut wisatawan lebih mudah menerima suatu informasi dari wisatawan lain yang pernah berwisata ke suatu daerah dan mendengar pengalaman yang diceritakan oleh wisatawan yang pernah mengunjungi tempat wisata tersebut sehingga dapat memutuskan untuk melakukan kunjungan wisata ke tempat tersebut atau memilih destinasi wisata yang lain sehingga ini dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, hal ini dapat dijadikan sebagai koreksi bagi pengelola tempat wisata agar terus menjaga hubungan dengan pelanggan yang puas terhadap pelayanan di tempat wisata agar menjadi salah satu media promosi yang dapat meyakinkan wisatawan untuk berkunjung dan dapat menarik wisatawan yang lebih banyak sehingga dapat meningkatkan perputaran ekonomi di daerah tersebut.

Beberapa hal lain yang dapat dilakukan pemerintah daerah juga dapat mempromosikan tempat melalui berbagai media, faktor promosi merupakan salah satu faktor yang dapat menarik wisatawan untuk datang ke daerah tersebut dan juga dapat menjadi salah satu faktor yang memicu keinginan untuk berkunjung ke suatu daerah, pengertian promosi menurut

Khodir (2007) Promosi merupakan bentuk komunikasi yang dirancang untuk memberi informasi mengenai produk atau jasa, sehingga di dalam perusahaan produk atau jasa sangatlah penting dalam menggunakan strategi promosi. Promosi tinggi akan meningkatkan kepuasan melalui keputusan berkunjung. Keputusan berkunjung adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan yang membandingkan kinerja dengan hasil. Tidak jauh berbeda Zuriyanti (2003) juga menyatakan Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang digunakan untuk memberitahukan, mengingatkan, dan membujuk konsumen tentang produk perusahaan. Sehingga komponen promosi terasa sangat penting bagi pengelola wisata dan pemerintah daerah untuk terus mengembangkan berbagai metode promosi agar dapat menarik dan dapat menjadi pilihan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisatanya dan memberikan kesan positif bagi daerah tersebut.

Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata (Zaenuri, 2012). Juga menjadi faktor keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Tempat wisata yang memiliki daya tarik lebih dan berbeda dengan tempat lain dapat menjadi indikator menjadikan daerah tersebut menjadi pilihan destinasi wisata bagi wisatawan dan daerah juga dapat mengadakan berbagai festival untuk menarik wisatawan untuk datang berkunjung.

Di wilayah Jawa Tengah obyek wisata gunung kemukus yang terletak di Sragen merupakan obyek wisata yang terkenal dengan citra negatifnya yang berupa mitos-mitos yang berkembang dalam masyarakat

tentang ritual hubungan seks bebas untuk dijadikan syarat pesugihan bagi orang yang mempercayainya, hal ini menjadikan minat kunjungan masyarakat umum menurun akibat citra negatif tersebut, masyarakat juga cenderung memandang wisatawan yang datang ke obyek wisata Gunung Kemukus melakukan ritual tersebut, hal ini juga menjadi sorotan dunia saat obyek wisata tersebut diberitakan ke dunia internasional oleh media Australia.

Pemerintah daerah Sragen juga sempat menutup obyek wisata ini dan sudah berusaha untuk menutup kegiatan tersebut dikarenakan tidak sesuai dengan norma agama dan juga tidak ada tuntunan yang jelas tentang ritual tersebut menurut juru kunci dari makam Pangeran Samudro. Ini menjadi pelajaran bagi pemerintah Kabupaten Sragen agar dapat mengawasi setiap obyek wisata dengan baik agar tidak terjadi hal yang sama di kemudian hari.

Menurut latar belakang diatas penulis dapat menyimpulkan judul penelitian berupa “Analisis Pengaruh Citra Destinasi, *WOM (Word Of Mouth)*, Promosi Dan Daya Tarik Terhadap Kepuasan Berkunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Study Pada Tempat Wisata Gunung Kemukus Sragen”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diperoleh beberapa rumusan masalah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan?
2. Bagaimana pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan wisatawan?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan?
4. Bagaimana pengaruh daya tarik terhadap kepuasan wisatawan?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung?
6. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung?
7. Bagaimana pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung?
8. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung?
9. Bagaimana pengaruh daya tarik terhadap keputusan berkunjung?
10. Bagaimana pengaruh citra destinasi, *word of mouth*, promosi dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan wisatawan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan.
2. Menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan wisatawan.
3. Menganalisis pengaruh promosi terhadap terhadap kepuasan wisatawan.
4. Menganalisis pengaruh daya tarik terhadap kepuasan wisatawan,
5. Menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung.
6. Menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung.

7. Menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung.
8. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung.
9. Menganalisis pengaruh daya tarik terhadap keputusan berkunjung.
10. Menganalisis pengaruh citra destinasi, *word of mouth*, promosi dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan wisatawan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

2. Bagi Akademisi

Dapat memberikan kontribusi dalam menambah literatur mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan melalui keputusan kunjungan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulis menyusun skripsi dengan membagi menjadi lima bab yang bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi dan tujuan

penulisan skripsi. Sistematika penulisan skripsi yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I Berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi tinjauan pustaka yang digunakan oleh peneliti, yaitu berkaitan dengan landasan teori, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini serta kerangka pikir yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan, meliputi jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, dan analisis data yang digunakan.

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV menjelaskan gambaran umum obyek penelitian, data yang diperoleh, analisis data, dan pembahasan dari hasil yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bab V berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN